



HAL
open science

Anthropomorphisme et sociolecte des mèmes internet : lolcats et cat-lebrities

Laura Gabrielle Goudet

► **To cite this version:**

Laura Gabrielle Goudet. Anthropomorphisme et sociolecte des mèmes internet : lolcats et cat-lebrities. Babel : Civilisations et sociétés, 2016, La Place des animaux dans les sociétés anglophones contemporaines, XI, pp.59-84. hal-02118780

HAL Id: hal-02118780

<https://hal.science/hal-02118780v1>

Submitted on 3 May 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Laura Gabrielle Goudet

Anthropomorphisme et sociolecte des mèmes internet : *lolcats* et *cat* *-lebrities*¹

Résumé

Les animaux, et particulièrement les chats, ont envahi internet dans une série d'images comiques, dont la caractéristique principale est d'être assortie d'une légende de part et d'autre de l'illustration. Ces légendes constituent autant de déclarations supposément faites par ces chats. Ce type d'anthropomorphisme fondé sur l'interprétation de ce que le chat représenté en photographie pourrait penser dans des termes normalement réservés aux humains (sentiments, expressions) est très prégnant sur internet et le lexème *lolcat* désigne autant les chats que le dispositif image/légende. De plus en plus de linguistes se penchent sur la caractérisation de l'idiolecte de ces légendes, appelé *lolspeak*. Certains le catégorisent dans les quasi-*pidgins* nés sur internet [Lefler 19, Liberman], et montrent à quel point ce lecte joue à la fois sur la syntaxe, la graphie phonétisante, et la grammaire de l'anglais de façon créative, grâce à une

¹ Je remercie O. Rephet, U. Riyell et T. Poca pour leur aide lors de la rédaction, ainsi que J.-P. Milton et M. Georges d'avoir bien voulu jeter un œil à la version finale de cet article. Toute faute et erreur me restent imputables.

communauté d'internautes réactifs, qui commentent et génèrent le contenu du site de curation de *lolcats* le plus important, *I can has Cheezburger* [Miltner, 72, Vaughan et Gawne, 99].

Dans cet article, je propose d'exposer le panorama de ces pratiques discursives animalières et essentiellement anthropomorphiques, en les liant à la communication habituellement réservée aux nourrissons (*infant-oriented speech* ou *motherese*), à cause de la proximité affective de l'humain envers le chat domestique. Cette affection a tendance à s'effacer lorsque le chat devient célèbre, et que le discours qui lui est attribué vient d'une seule source (son propriétaire, dans la plupart des cas), et qu'il est anthropomorphisé grâce à un éthos discursif imposé.

Mots-clefs : *discours en ligne, idiolecte, linguistique numérique, netspeak, mèmes, sociolectes*

Introduction

Le chat est l'un des animaux de compagnie les plus répandus aux États-Unis et en Grande-Bretagne : on estime que 35 % des foyers américains possèdent au moins un chat, c'est-à-dire une population de 85,8 millions d'individus² ; la population de chats en Grande-Bretagne est beaucoup plus faible, avec 7,4 millions d'individus dans 17 % des foyers³. Les photographies de chats sont extrêmement partagées dans le web anglophone, et certains sites sont spécialisés dans l'archivage et le partage d'images amusantes de *lolcats*⁴, ou photographies de chats assortis de légendes écrites de part et d'autre de l'écran. Je propose d'analyser le concept du *lolcat* sur les sites de curation, et surtout, la différence entre ce concept et celui de *cat-lebrity* (ou chat célèbre).

² Source : sondage national biennal de l'APPA (*American Pet Products Association*), 2015-2016. Consulté le 4 décembre 2015 <http://www.humanesociety.org/issues/pet_overpopulation/facts/pet_owners_hip_statistics.html>

³ Source : rapport sur la population animale de la PFMA (Pet Food Manufacturers » Association), 2014-2015. Consulté le 4 décembre 2015 <<http://www.pfma.org.uk/pet-population-2015>>

⁴ La graphie de ce mot est <LOLcat>, afin de respecter l'acronyme <LOL>, mais <lolcat> est utilisé ici dans un souci de lisibilité.

J'examinerai en premier lieu les éléments culturels liés au *lolcat*, dans toutes les acceptations du terme sur des plateformes de partages de médias mémétiques. Ces sites, comme *I can haz Cheezburger* (ICHC) permettent la création par les internautes d'images macro, à haut potentiel viral sur internet. Ces images peuvent aussi intégrer des mèmes, unités culturelles plutôt numériques, qui se propagent par imitation, ce qui est facilité par les plateformes de curation grâce à la fonction «remix» ou «recaption». Le support pictural est primordial, et l'anthropomorphisme perceptible dans l'interprétation des postures des chats sera le sujet de la troisième sous-partie.

Le concept de *lolcat* est né en ligne, après qu'un internaute a posté une image de Chartreux avec la légende «I can haz Cheezburger ?» en 2007. L'illustration a eu un tel succès qu'il a ouvert le site éponyme de curation de photographies de chats assorties de légendes amusantes dans un sociolecte né sur internet, le *lolspeak*.

Ce sociolecte sera traité dans la seconde partie de cet article. J'examinerai en premier lieu le dispositif image/légende, qui impose presque automatiquement la discursivité du chat. Je considérerai ensuite ses caractéristiques graphiques, grammaticales et phraséologiques avant d'analyser son évolution, qui tend à rejoindre les règles d'un anglais plus standard, avec la démocratisation de la création de *lolcats*. Enfin, cet anthropomorphisme est souvent essentiel au traitement accordé aux *cat-lebrities*. La troisième partie délimitera le concept avant de comparer leur éthos à celui des *lolcats* en général, pour voir dans quelle mesure leur célébrité ne pallierait pas l'absence du *lolspeak*.

1. Les dimensions de la culture lolcat

Le terme *lolcat* désigne l'ensemble [photographie de chat] et [légende à même l'image, faisant parler l'animal], rédigée ou non dans un idiolecte particulier. Ce type de publication est partagé en ligne depuis les années 1990, et les *lolcats* ont vocation d'amuser les récepteurs (et génèrent du revenu pour les sites de curation, grâce aux publicités). Dans cette partie, je propose une exploration des stéréotypes utilisés par les créateurs de ces images, pour passer ensuite à l'examen du concept de *lolcat* dans ses particularités sémiologiques, pour passer ensuite aux interprétations anthropomorphiques indispensables à la création de ces *lolcats*.

1.1. Le cliché du lolcat

Le terme *lolcat* est très majoritairement utilisé pour désigner des illustrations sur internet. Les dix premiers exemples tirés d'une recherche Google⁵ ont des caractéristiques communes, ainsi que des mots-clés connexes, « original, computer, work, cute, invisible », qui renvoient à des éléments culturels spécifiques. Outre la présence indispensable des chats, le texte est souvent disposé de part et d'autre de l'illustration, dans une police employée fréquemment pour les mêmes internet (Impact, écrit en blanc avec liseré noir, pour être lisible sur n'importe quel type d'image). Ces illustrations utilisent des images prises par les internautes (et non une source officielle), et mélangent des expressions figées caractéristiques des *lolcats* comme « I'm in [your] X / [doing] Y » (exemples 1, 5 de l'illustration 1), et des éléments de culture populaire, comme des citations des *Simpson* (ex. 2), de la franchise *Star Wars* (ex. 4) ou le slogan des *Skittles*, « taste the rainbow » (ex. 8). Cette intertextualité, et l'origine folklorique de ces illustrations sont des propriétés typiques des mèmes. Les *lolcats* sont donc des mèmes qui utilisent des images macros de chats (Shifman, 2014).

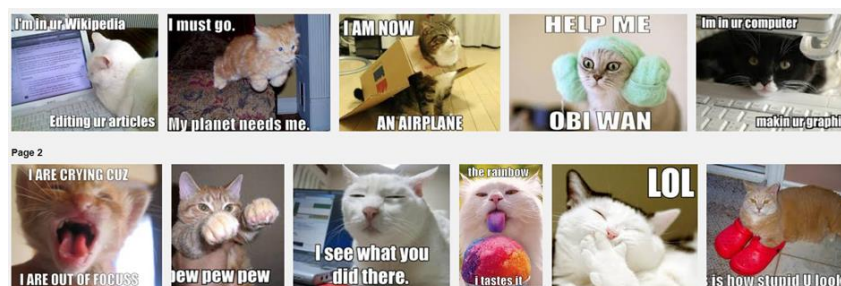


Illustration 1 : Premiers résultats pour « lolcat » dans *Google Images*

Ces animaux sont parfois mis en scène, avec perruques, accessoires, ou manipulés par leur propriétaire pour prendre la pose (ex. 7), ou tout simplement photographiés dans des situations naturelles. Le point commun de toutes ces illustrations est le fait que les légendes sont les paroles attribuées au chat, pour expliquer le contexte de l'image. Six d'entre elles sont écrites dans un anglais correct graphiquement, bien

⁵ Au 14 décembre 2015, recherche « lolcat » sur Google Images

qu'elles contiennent seulement des onomatopées (ex. 7) ou des acronymes (ex. 9). Les quatre autres comportent des fautes de grammaire ou des graphies alternatives propres au sociolecte *lolspeak*, que je traiterai dans la seconde partie. Les activités typiquement humaines (comme utiliser un ordinateur ou rire) suggérées par ces images sont rendues possibles par la légende. Les *lolcats* s'insèrent dans un espace entre l'animal de compagnie, et le personnage fictionnel doué de parole. Un autre exemple de cette fictionnalisation du chat est l'illustration 2, qui pousse l'irréalisation du contexte vers une interprétation non humaine.

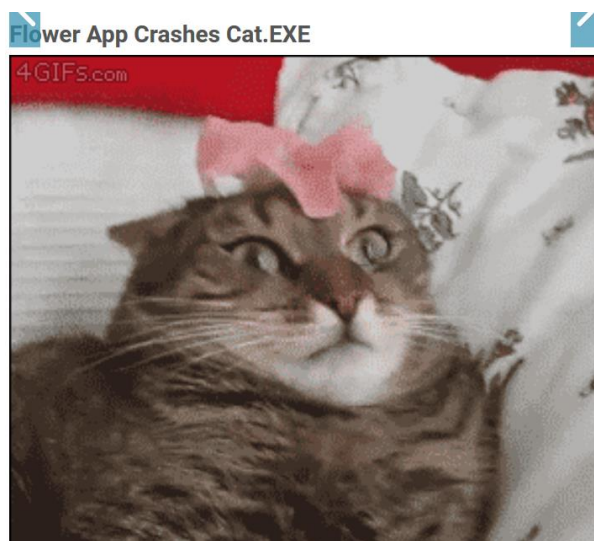


Illustration 2 : extrait de « Flower App Crashes cat.EXE ». Récupéré le 14 septembre 2015 (<http://cheezburger.com/626181/cute-cats-list-times-that-catexe-crashed?ref=whatspopular>) © 2015 Cheezburger inc.

Dans l'ill. 2, la légende place l'animal et la situation dans le contexte d'un ordinateur, où le chat est un « .exe »⁶ et la fleur rajoutée est une application, comme sur un téléphone portable. Cette métaphore s'ajuste parfaitement à la situation : le chat est surpris et figé, comme un programme informatique qui ne répondrait plus. L'interprétation du langage corporel du chat (oreilles en arrière, yeux grands ouverts, moustaches et bouche en avant) est en adéquation avec la situation, bien

⁶ Extension des programmes informatiques sur PC.

qu'elle la projette dans un nouveau contexte. Cette image macro est à vocation humoristique, comme la plupart des mèmes, mais ce décalage non anthropomorphique prouve que le *lolcat* est polymorphe, et peut même être convoqué pour incarner des entités non vivantes.

1.2. Plurisémioticité du concept de « lolcat »

Même si les lolcats sont principalement des images de chats légendées, ce terme renvoie en fait à des formats multisupports (vidéos, images animées, voire chansons), qui utilisent tous des animaux.

L'examen des formes prises par le terme *lolcat* montre la flexibilité de ce qui est étiqueté ainsi. Le terme est tout à fait lexicalisé, ainsi que l'amorce « I can has » de la première image de *lolcat*, que l'on retrouve dans le nom du site principal de curation, « I can has cheezburger », voire dans le titre de certains travaux de linguistique abordant la question du *lolspeak* (« I can haz thesis ? » [Lefler 1] ; « I can has language play » [Vaughan et Gawne, 97]).

Sur le site ICHC, ce mot est le nom d'une sous-partie du site (onglet « I can has ? », sous-section « lolcats » [sic]). Une recherche du terme renvoie à une énorme majorité d'images (97,97 %), suivies par des vidéos (1,84 %), des GIF ou images animées (0,82 %) puis des listes qui rappellent celles de sites comme *Buzzfeed*, où une dizaine de faits sur les chats sont présentés avec des illustrations (0,07 %) ⁷.

Les vidéos et images animées qui rentrent dans la catégorie *lolcat* ne peuvent cependant pas suivre le format attendu, mais donnent des indications concernant la façon dont les internautes les étiquettent. La majorité des vidéos (51,6 %) traite des *lolcats* directement : la moitié d'entre elles sont à propos des *lolcats*, expliquant la genèse du phénomène, ou posent des questions telles qu'« are lolcats art ? ». Ces vidéos autoréflexives sont postées plusieurs fois sur le site, ce qui montre que les internautes ont envie de partager ce qui leur semble intéressant, bien qu'ils ne prennent pas en compte les redites. Les autres sont des parodies mémétiques à l'instar d'un doublage des *Thundercats*, série animée des années 1980, renommés ici *ThunderLOLcats*, voire utilisent le

⁷ Recherche effectuée au 7 juin 2015, 2 562 résultats au total. Les résultats de la même recherche six mois plus tard sont sensiblement identiques, ce qui pousse à penser que le site est périodiquement nettoyé.

terme de façon beaucoup plus large. Le meilleur exemple est une chanson contestataire à l'encontre de la proposition de loi Stop Online Piracy Act (SOPA), intitulée «The day the lolcats died». Ils y représentent non seulement la liberté d'expression des internautes, et un élément saillant de la culture internet. La dimension activiste de l'utilisation des mèmes, et des photographies de chats en tant qu'outil de dénonciation a déjà été établie [Zuckerman, Shifman, 119], et se révérifie ici, alors que le site n'a pas pour but d'être une plateforme politique.

Un tiers des vidéos (35,4 %) est beaucoup plus proche du concept initial ludique du *lolcat* : ce sont principalement de films tournés dans des environnements domestiques, mettant en scène un chat dans des activités jugées comme attendrissantes ou étranges (chatons qui ronronnent et s'endorment, ou chats voleurs de billets de banque, pour ne citer que quelques vidéos).

Les vidéos d'autres animaux sont le dernier cas de figure sur ICHC (13 %). Ces enregistrements montrent principalement des animaux sauvages (crabes, phoques, pingouins...) remis en liberté par exemple, et l'étiquetage *lolcat* assure plus de visibilité à ce type de publications. Le *lolcat* est devenu un symbole de vidéos d'animaux mignons ou attendrissants.

Les *lolcats* recouvrent donc de multiples domaines, qu'il s'agisse de l'attendu chat anthropomorphisé, d'activisme numérique ou d'éléments plus périphériques traitant d'animaux. Les vidéos ne se prêtent pas à l'anthropomorphisme comme les images, et permettent ainsi de couvrir des sujets plus vastes.

1.3. *Interprétations anthropomorphiques*

Une grande partie de l'attraction pour les *lolcats* provient du fait que les comportements des chats photographiés sont interprétés par les créateurs comme des imitations des humains, et des copies de leurs attitudes et façons de penser. L'accession à la parole correspond à une humanisation plus ou moins complète d'un animal jugé comme mignon, à cause de sa tête plutôt ronde et ses grands yeux. Ses mimiques faciales sont complexes, car, en plus des yeux et de la bouche, les oreilles et moustaches sont très mobiles.

Le chat communique principalement avec ses congénères avec par des expressions faciales et par des postures corporelles [Dobrovolsky, Miller], et ne vocalise pas la plupart des messages qu'il

veut faire passer, à l'exception de miaulements lors du rut, ou certaines manifestations de colère. Cette mobilité faciale et posturale fait donc du chat un candidat idéal pour les photographies où les interprétations de mimiques fleurissent.



Fig. 3.2. Relaxed in a neutral state of mind.



Illustration 3 : Comparaison entre un livre d'éthologie et un *lolcat* (sources : Fraser⁸ et ICHC <http://cheezburger.com/7581302016> © 2015 Cheezburger inc.)

L'illustration 3 est un collage entre deux photographies relativement similaires de chats, dans des contextes tout à fait différents : la description de la première image est presque clinique, puisqu'elle sort d'un ouvrage traitant d'éthologie ; la seconde montre un chat similairement calme, aux yeux également mi-clos, mais la légende donne une interprétation bien différente à cette attitude, l'énerverment (« I'm in a bad mood »). La légende élimine le signifié postural du chat, et le replace dans un contexte humain, le refus de converser quand on est de mauvaise humeur. L'adjonction de la légende catalyse l'anthropomorphisme, qui oriente toujours la situation, même vers un absurde irréalisable : « le texte est vraiment le droit de regard du créateur

⁸ Andrew F. Fraser, *Feline behaviour and welfare*, 2012, p. 23.

[...] sur l'image : l'ancrage est un contrôle» [Barthes, 44]. C'est ici une forme d'anthropomorphisme émotionnel.

Les mêmes de chats sont également des mises en scène où l'humanisation passe par des accessoires, comme des vêtements⁹. L'un des exemples les plus connus est nommé *Business Cat*, et il s'éloigne du *lolcat* traditionnel à cause du col et de la cravate dont il est affublé. Ces accessoires l'enferment dans un seul rôle, celui d'employé de bureau (voire de patron). Ici, l'anthropomorphisme rejoint le cantonnement à un groupe mémétique, celle des *advice animals*, caractérisés par l'utilisation d'une roue de couleurs en fond, pour masquer le contexte, et d'un recadrage de la photographie en carré.



Illustration 4 : Photographie originale (2011, source : Something Awful), et un des exemples du même *Business Cat* (source : diylool.com © 2015 DIYLOL)

Paradoxalement, l'anthropomorphisme vestimentaire bloque l'utilisation du *lolspeak* puisque *Business Cat* s'exprime dans un anglais correct. La seule concession est la présence de jeux de mots sur les quasi homophones (« paws » et « pause »), appartenant au champ lexical des

⁹ Le site *Amazon* a une rubrique « cat clothing » qui propose 322 articles dans le site britannique. La version américaine, « cat apparel » liste 3 919 costumes et vêtements pour chats, au 2 janvier 2016. Ces rubriques n'ont pas d'équivalent dans la version française du site.

chats (la chute « right meow » est courante¹⁰). La mise en scène est un choix sémiologique qui est fait au détriment de toute autre interprétation de la situation, puisqu'il y a dépassement du contexte pour orienter le discours dans une seule direction. Dans les cas généraux, en revanche, l'imprédictibilité du chat en fait un vaisseau idéal pour des interprétations volontairement éloignées de la réalité et résolument anthropomorphiques.

Le *lolcat* est une unité culturelle distincte, qui utilise un langage propre pour les écrits qui s'y rapportent. La prochaine partie s'attachera à décrire les formes linguistiques caractéristiques qui forment le *lolspeak*.

2. Lolspeak et *discursivité animale*

Le *lolspeak* est le plus souvent exploité dans la légende écrite sur l'image, qui sera le premier sujet de cette partie. Ce sociolecte possède des caractéristiques graphiques et grammaticales, dont je ferai la typologie dans la seconde partie, avant de passer aux les évolutions que le *lolspeak* a connues depuis l'invention des *lolcats*.

2.1. Dispositif image/légende

Le plus souvent, les *lolcats* sont des images, et l'adjonction de légendes est essentielle aux *lolcats*. Prototypiquement, ces textes sont disposés de part et d'autre de l'image lorsqu'elles sont constituées des paroles attribuées à l'animal. Cet agencement discursif est partagé par la plupart des mêmes internet [de Los Santos, 67].

Parfois, ces légendes sont des commentaires sur l'action de l'image, plus que des prises de parole : c'est le cas pour l'ill. 4, où la photographie du chat surpris, pendant son bond de recul, prend tout son sens avec la légende « invisible bike ». Celle-ci transforme le contexte réel en une situation imaginaire comique : l'attitude peu commune du chat photographié pendant son saut, avec le corps quasi vertical et la position des pattes rappellent un humain sur un vélo).

¹⁰ 822 000 résultats pour la recherche Google « business cat right meow » au 27 décembre 2015.

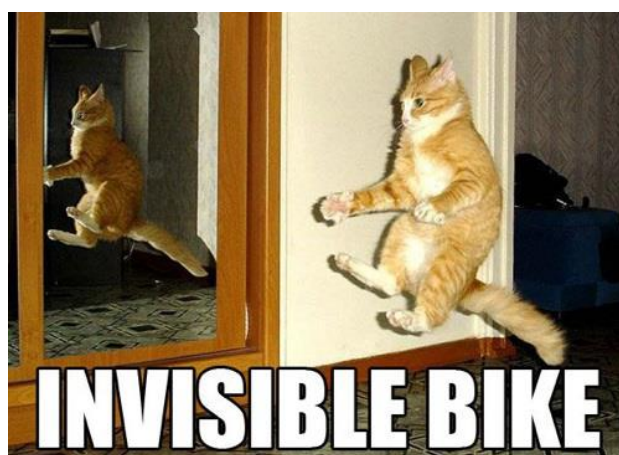


Illustration 5 : « Invisible Bike » (20/08/2006), récupéré le 23 octobre 2015
(source : <http://ytmnd.com/sites/571861/profile> © 2015 YTMND)

Cette illustration a eu un tel succès que le mot « invisible » est entré dans le vocabulaire du *lolspeak*, et était un mot-clef connexe à « lolcat » (cf. partie 1.1) : certaines images virales, qui n'impliquent pas forcément la parole de l'animal, ont influencé la culture des *lolcats*. La légende est indispensable pour faire basculer l'image simple du chat vers le décrochement irréel et ludique du *lolcat*.

Sur ICHC, toutes les publications sont accompagnées d'un titre, qui répète prototypiquement ce qui est inscrit en légende sur l'image puisque les algorithmes de recherche sur le site traitent l'illustration sans identifier les portions écrites. Ces chapeaux sont donc particulièrement importants pour pouvoir reconnaître et retrouver un *gif* animé ou une vidéo qui ne comportent pas de légende comme une image macro.

Dans de rares exemples, le titre et l'image divergent, comme dans l'illustration 3. Le titre se place discursivement du côté du chat (« my toofs »), alors que le texte sur l'image même est écrit par le propriétaire (« my cat »). La mise en forme de la légende atteste qu'il s'agit d'une capture d'écran de *Snapchat*¹¹. Cet exemple montre que, d'une plateforme qui ne permet le partage qu'à une liste restreinte d'utilisateurs (ses propres contacts, ou tous les utilisateurs de *Snapchat*), il était possible de passer à un autre public, c'est-à-dire tous les gens qui fréquentent

¹¹ *Snapchat* est une application sur téléphone mobile permettant le partage d'images ou de vidéos.

ICHC, sans le biais d'une application. Le titre est un rajout linguistique qui complète l'image originale, tout en rejoignant le concept du *lolcat*, que l'on fait s'exprimer lui-même.



Illustration 6 : Légende et titre complémentaires. Récupéré le 27 décembre 2015 (<http://cheezburger.com/8597233664/cute-tumblr-post-of-cat-sticking-its-tongue-out>) © 2015 Cheezburger inc.

Le *lolcat* est donc une représentation décalée du chat, où les légendes transforment le réel et le projettent dans un monde imaginaire humoristique grâce au jeu entre l'image et la légende. Que ces légendes soient la prise de parole fantasmagique du chat, ou un commentaire sur la situation n'a pas d'importance sur cette déréalisation. Le chat est doué de parole, le *lolspeak*, dont les différences avec l'anglais standard mettent en exergue la disparité humain-animal.

2.2 Sociolecte

Les *lolcats* s'expriment dans un sociolecte, le *lolspeak*, qui reflète la manière dont les humains parlent aux chats. Ce lecte a d'ailleurs des liens avec la façon dont les adultes s'adressent aux enfants, dans un anglais très simplifié grammaticalement, avec de nombreuses substitutions lexicales [Hartley, 60-61]. Le *lolspeak* emprunte également à la culture internet : si certains le surnomment « teh furst language born of teh

intertubes » [Shifman 111], il est en fait un dérivé de *l'Engrish*, ou anglais caractérisé par son incorrection grammaticale et graphique¹².

En reprenant les légendes des images précédemment évoquées ici, on peut dresser une typologie du *lolspeak* :

- a) I'm in ur Wikipedia/Editing ur articles (ill. 1)
- b) I are crying cuz/I are out of focuss (ill. 1)
- c) The rainbow/I tastes it (ill. 1)
- d) I can has cheezburger? (titre du site)

La figuration de la phonie et la simplification de l'anglais (caractéristiques de *l'Engrish*), dans <ur> (a) et l'aphérèse <cuz> (b) sont fréquentes, à la fois en *lolspeak* et dans les nouveaux moyens de communication [Crystal, 88]. La graphie <cheezburger> (d) simplifie la séquence <se>, maintenant représentée par l'équivalent graphophonématique le plus évident pour /z/, <z>. En revanche, la forme <focuss> (b) est une graphie alternative dont le rôle est de prolonger l'utilisation du *lolspeak*. Elle ne sert pas à figurer la phonie, mais à renforcer l'usage du *lecte* : ici, le chaton est censé s'exprimer dans un anglais fautif.

Les différences avec l'anglais standard sont légion dans les verbes, qui sont accordés à la mauvaise personne, comme « I are crying » (b) et « I tastes » (c). « I can has » (d) est aussi un exemple de construction syntaxique erronée, à cause de l'utilisation de deux verbes de modalité. Ces fautes ne seraient normalement pas faites par des locuteurs natifs de l'anglais, mais elles sont partie intégrante du *lolspeak*.

¹² Le nom de ce sociolecte vient de la confusion des phonèmes /r/ et /l/ en japonais, et *Engrish* désigne d'abord les erreurs de traduction en anglais provenant de pays asiatiques.



Illustration 7 : utilisation de « kthxbai » comme formule de clôture (source : ICHC) © 2015 Cheezburger inc.

Outre la dentalisation de « this », ici représenté par la graphie <dis>, l'illustration 7 présente une des conventions graphiques usitées dans le *lolspeak*, « kthxbai » (*O.K., thanks, bye*¹³). C'est une formule phatique qui clôt certaines images. Sur ICHC, 46 images utilisent l'étiquette « kthxbai », souvent dans un sens de rupture rapide et presque absurde de l'interaction (« fite da pawer! / kthxbai » «*fight the power!*, *O. K. thanks bye*¹⁴). La concaténation des trois mots, et la graphie de <bye> qui fait figurer la diphtongue le plus explicitement possible (/ˈbaɪ/) sont autant d'indices linguistiques de la précipitation caractéristique de ce type de légendes.

Cet usage en tant qu'étiquette d'identification d'images sur le site montre la grammaticalisation de cette expression, et son importance dans le *lolspeak*. La forme <kthxbai> est plus remarquable que l'utilisation du mot « invisible », qui est fréquemment utilisé pour faire référence à l'image originale (ill. 5, en supra).

¹³ 352 000 occurrences sur Google au 21 octobre 2015.

¹⁴ Disponible à l'adresse <<http://cheezburger.com/5070584832>>. Dernière consultation le 7 janvier 2015.



Illustration 8 : Dix premiers résultats sur Google Image pour la recherche « lolcat invisible » © Google Images et © Cheezburger inc.

Dans les divers exemples (ill. 8), le motif humoristique consiste à suggérer un élément invisible pour expliquer la position des chats, et, en retour, ce mot est utilisé fréquemment en corrélation avec « lolcat » en ligne (87 000 occurrences sur *Google*¹⁵). Ces légendes (« invisible swimming pool », « invisible chess », « invisible movie explosion »...) ne sont pas des paroles prêtées aux chats, mais décrivent la situation, d'où leur correction graphique et leur éloignement de l'attendue scission de la légende de part et d'autre de l'image.

Le *lolspeak* est donc un tissage de formes graphiques oralisantes, de grammaire incorrecte, et de références culturelles endogènes, qui forme des motifs langagiers récurrents. Cette langue pseudo-erronée tente d'émuler une parole simplifiée, à la manière dont un jeune enfant parlerait. Les formules pragmatialisées comme « kthxbai » ont une forte valeur indexicale et rappellent la façon dont les enfants construisent leur production verbale, en simplifications phonologiques et en ruptures abruptes [Harley, 56-57].

Ce discours a muté, et a intégré des lexèmes à forte valeur indexicale. Son évolution à l'échelle des mèmes internet montre qu'il est toutefois de moins en moins convoqué, à mesure que les internautes de plus en plus nombreux créent des *lolcats*.

2.3 Évolutions diachroniques des formes langagières

Le sociolecte des *lolcats* a évolué, avec la pratique des internautes de rédaction des légendes de ce type d'images. Les premiers exemples de

¹⁵ Recherche effectuée le 31 décembre 2015.

lolcats sur ICHC datent de 2007, et ils sont relativement différents des dernières entrées sur le même site, quelque dix années après. La présence de *lolspeak* dans les légendes varie : il est très rare de trouver des légendes où l'anglais est fautif sur tous les mots, et une étude antérieure sur un forum de *lolspeak* avait montré que, même dans une communauté de pratique de ce sociolecte, la proportion de graphies alternative dans chaque message se situait dans une fourchette entre 40 % et 70 % [Goudet, 10-12].

Pour faire cette étude diachronique, j'ai utilisé les premières illustrations de *lolcats* postées sur ICHC, en 2007 (entrées 2534 à 2324), les photographies intermédiaires (images 980 à 1230) et les plus récentes¹⁶. Les résultats sont présentés dans le graphique ci-dessous :

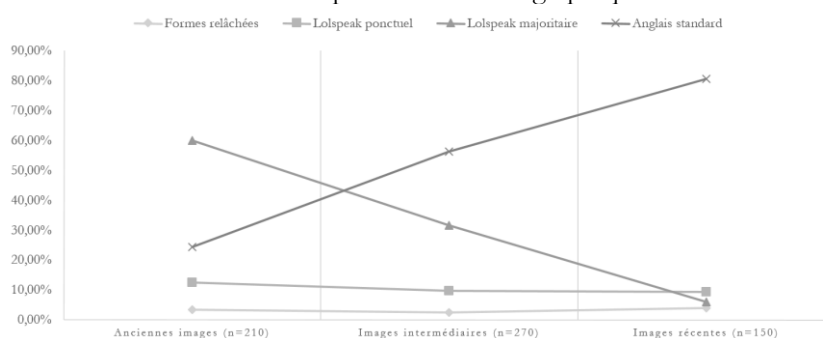


Tableau 1 : répartition des types de discours dans les légendes de lolcats (ICHC)

Les deux types d'usages les plus courants sont le *lolspeak* majoritaire, comme « Tell Muddr Soopereor derz a dri cleenr at teh dor./ He wantz tu no if we has enny durty habitz »¹⁷ (« *tell Mother Superior there's a dry cleaner at the door./ He wants to know if we have any dirty habits* ») où la légende comporte plus de trois mots ou 50 % de la légende en *lolspeak*, et celles rédigées en anglais standard. Ces deux types de discours ont connu une évolution inverse, et plus le temps passe et plus l'usage du *lolspeak* recule au profit du standard (déclin de 60 % à 6 %). La transition s'explique certainement par la péremption rapide des modes, et des mêmes sur internet. Les raisons principales sont aussi la difficulté d'écrire en *lolspeak*, par rapport à l'anglais standard (malgré une

¹⁶ Datant de janvier 2016.

¹⁷ Disponible à l'adresse suivante : <<http://cheezburger.com/6396389888>>. Dernière consultation le 6 janvier 2015.

simplification superficielle), et la faible proportion d'utilisateurs les plus ardents d'ICHC, qui utilisaient le lecte régulièrement et intervenaient au moins une fois par jour sur le site¹⁸. Le site et forum *Speak Lolspeak*¹⁹ qui centralisait les glossaires et internautes férus du sociolecte a été actif entre les années 2008 et 2013. La disparition de ce site est symptomatique de la désaffection envers le *lolspeak* à mesure que des utilisateurs plus occasionnels ont commencé à publier leurs photos et vidéos, en anglais standard.

Les formes relâchées se limitent à des formes comme «gonna» ou «dunno», et demeurent rares, et les utilisations marginales de *lolspeak* comme «kitteh» ou «hoomin» («*human*») sont restées relativement stables dans le temps.

Le dernier clou au cercueil du *lolspeak* est l'apparition des *cat-lebrities*, qui changent les paradigmes attendus des *lolcats*, notamment l'anonymat et le commentaire contextuel discursif. Ces chats célèbres ne se placent pas dans les mêmes catégories discursives et mémétiques, ce qui est discuté dans la troisième partie.

3. Cat-lebrities

Les chats célèbres abondent dans l'histoire, grâce à leurs prouesses comme Unsinkable Sam qui survécut à trois naufrages ; ou à leur choix comme mascotte, à l'instar de Mike, le chat qui garda le British Museum au début du XX^e siècle, et dont Budge écrivit la biographie²⁰. D'autres sont connus parce qu'ils sont les compagnons de personnalités, comme Socks, le chat de Bill Clinton. Les *cat-lebrities* traitées ici n'appartiennent à aucune de ces catégories à proprement parler, puisque leur renommée est surtout due à leur présence en ligne. Ces chats sont souvent d'origine américaine, quoique des chats britanniques ou japonais figurent aussi au panthéon de ces célébrités.

¹⁸ Surnommés les «Cheezfrenz», ils ne représentaient 11 % du corpus lors d'une étude de 2012, [Miltner, 24].

¹⁹ Anciennement disponible à l'adresse <www.speaklolspeak.com>. L'*Internet Archive* détient des captures du site jusqu'en novembre 2013.

²⁰ Wallis E. A. Budge "*Mike,*" *the Cat who Assisted in Keeping the Main Gate of the British Museum from February 1909 to January 1929*. R. Clay & Sons, Ltd., Bungay, Suffolk, 1929.

J'aborderai ici la comparaison discursive entre les *lolcats* anonymes et les *cat-lebrities*, ou chats célèbres. Dans un premier temps, j'examinerai les éléments qui différencient les *cat-lebrities* des *lolcats*, notamment l'ampleur de leur popularité, pour ensuite passer à l'examen de l'éthos discursif des *cat-lebrities*.

3.1. Définition du concept

Alors que le chat d'une image de *lolcat* est plus souvent anonyme, certains se sont distingués auprès des internautes, le plus souvent à cause de particularités physiques. C'est notamment le cas de Grumpy Cat²¹, chatte américaine à la moue boudeuse (ce qui explique son surnom), qui s'est distinguée sur internet à partir de septembre 2012 grâce à une photographie postée sur le réseau social *Reddit*. Elle incarne la *cat-lebrity* prototypique grâce à l'opération de communication massive de ses maîtres (livres écrits en son nom²², films, produits dérivés...).

Les *cat-lebrities* sortent du cadre d'internet et sont présents à la télévision, dans des festivals de vidéos de *lolcats* où ils sont les invités de marque, tout en ayant fondé leur popularité en ligne. Ces chats sont identifiés clairement avec un surnom ou un prénom (comme tout animal de compagnie), ce qui permet de les reconnaître et de les suivre plus facilement sur les réseaux sociaux. Les critères retenus pour identifier une *cat-lebrity* sont leur présence en ligne (avec au moins une page *Facebook* ou un compte *YouTube*), et la renommée de ces chats en ligne, comptée par les abonnements à ces pages. Il existe même un classement dressé par la marque *Friskies* des 50 *cat-lebrities* les plus influentes. Il est établi en fonction de la popularité des pages internet de ces chats, et du volume de publications par les curateurs de ces pages²³.

²¹ Grumpy cat est un surnom ; le vrai nom de ce chat est Tardar Sauce.

²² *Grumpy Cat: a Grumpy Book*. Chronicle Books, 2013. Un autre livre fut également publié en 2014.

²³ « an index of the most influential cats on the internet, based on each cat's social reach and engagement across an array of social accounts. » (Source : <https://www.friskies50.com/about>, consulté le 15 décembre 2015).

	<i>Facebook</i>	<i>YouTube</i>	<i>Instagram</i>	<i>Twitter</i>
Grumpy Cat (É.-U.)	8 113	218	938	301
Maru (Japon)	124	507	13	6
Lil Bub (É.-U.)	2 328	174	974	60
Shironeko (Japon)	190	152	—	2
Mean Kitty (É.-U.)	14	360	—	—
Nylah (É.-U.)	13	—	32	144
N2 the talking cat (É.-U.)	405	70	—	2
Nala Cat (É.-U.)	1 785	18	2 600	13,1
Oskar & Klaus (É.-U.)	215	36	239	1,8
Waffles (É.-U.)	2 169	—	232	4

Tableau 2 : Nombre d'abonnés (en milliers) aux pages des réseaux sociaux des *cat-lebrities* (octobre 2015)

Ces chats partagent majoritairement leur actualité sur *Facebook* ou *YouTube*, suivant le type de média qui les a rendus célèbres. Par exemple, Maru est connu pour les vidéos où il rentre dans des boîtes en carton, d'où la plus grande proportion d'abonnés à sa page *YouTube*, alors que Lil Bub et Grumpy Cat se sont distinguées par des photographies, à cause de leur physique hors du commun. Leur célébrité les écarte des vedettes humaines, mais l'aspect parasocial [Giles et Maltby, 83] est remis en question : ces *cat-lebrities* sont jugées comme étant proches de leurs admirateurs, mignonnes²⁴ et abordables. Sur la page Facebook de Grumpy Cat, une des amatrices a posté le message « Grumpy Cat with eyes so blue, Grumpy Cat, I love you. », ce qui lui a valu 112 *likes*²⁵. C'est le commentaire le plus apprécié de l'image, et celui qui est le plus affectif et admiratif. L'engagement parasocial [Rubin, Perse et Powell, 157-159] fait ici coïncider la présence de ces animaux célèbres sur divers sites et plateformes (leur propre site ou page sur des réseaux sociaux, sur ICHC...), auxquels les amateurs peuvent s'abonner,

²⁴ Un aspect discuté dans le documentaire *Lil Bub and Friends*, 2013, où le sociologue J. Bussolini évoque la néoténie de ces chats pour expliquer l'attachement du public à leur endroit.

²⁵ Disponible à l'adresse <<https://www.facebook.com/TheOfficialGrumpyCat/photos/a.435537459815330.87387.435475646488178/966931056675965/?type=3&theater>>. Dernière consultation le 15 janvier 2016.

ainsi que leur statut d'animal de compagnie émotionnellement proches de l'humain. C'est la raison pour laquelle les adeptes des *lolcats* se sont tournés vers ces *cat-lebrities*, qui sont des hybrides entre une vedette humaine et les *lolcats*. Ces célébrités sont plus accessibles, leur image est manipulable comme un *lolcat* traditionnel, et la présence d'un onglet « mèmes » sur le site de Grumpy Cat²⁶ atteste de ce croisement.

La physionomie ou les attitudes extraordinaires de ces chats alimentent la curiosité des internautes pour leur vie quotidienne.

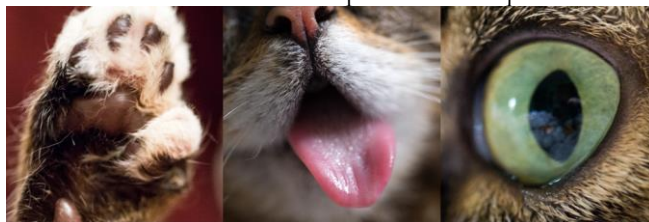


Illustration 9 : gros plans sur les particularités physiques de Lil Bub (Source : Lilbub.com) © Lil BUB inc.

L'illustration 9 montre la polydactylie, la rétrognathie et la saillance des yeux de Lil Bub, et il s'agit de l'une des premières images de la page à propos de la vie de cette *cat-lebrity*, sur son site²⁷. Cette focalisation sur ses problèmes de santé montre l'importance de ses caractéristiques physiques, qui la rapprochent des monstres de foire, très populaires aux États-Unis [Bogdan, 240]. D'ailleurs, la définition de *freak* pourrait rappeler la façon dont certaines *cat-lebrities* sont présentées sur internet : « being a freak is not a personal matter, a physical condition that some people have. [...] 'Freak' is a frame of mind, [...] a way of thinking about and presenting people » [3]. Les *cat-lebrities* s'insèrent conceptuellement entre le *freak* et le *lolcat* : leur spécificité rajoute à l'envie de les voir sur internet, d'où leur forte présence en ligne, avec pour certains des publications quotidiennes ; et leur non-humanité leur assure empathie et affection de la part d'un public déjà amateur de publications de chats²⁸.

²⁶ Disponible à l'adresse <<http://www.grumpycats.com/memes/>>. Dernier accès le 10 janvier 2015.

²⁷ Disponible à l'adresse <http://lilbub.com/about>. Dernier accès le 10 janvier 2015.

²⁸ Voir à ce sujet les portraits d'amateurs de *cat-lebrities* et de *lolcats* dans *Lil Bub and Friends*, 2013.

Comme leurs homologues anonymes, les *cat-lebrities* sont aussi artificiellement douées de parole par les internautes (ou leur propriétaire), ce qui sera le sujet de la prochaine partie.

3.2. *Éthos discursif des cat-lebrities*

Les *cat-lebrities* se distinguent des *lolcats* par la non-utilisation du *lolpeak*, au profit d'un éthos discursif unique, en fonction de leurs caractéristiques physiques ou comportementales.

Cela ne signifie pas pour autant qu'ils soient tous convoqués dans des images macro à discours textuel. Leur apparence et leur mise en situation (y compris dans le quotidien le plus ancillaire comme les moments de sieste ou de jeu) satisfont les internautes. Ces images macro sont toutefois réexploitables, et servent à vendre l'image des *cat-lebrities*. Grumpy Cat vaut sa popularité à une série de mèmes qui la mettent toujours en scène comme ayant une personnalité très négative, comme les divers exemples (ill. 10) en attestent. Ces mèmes ont été créés par des internautes et non sa propriétaire, bien qu'ils soient présentés sur le site officiel.



Illustration 10 : Mème de Grumpy Cat et produit dérivé (Source : Grumpycats.com) © Grumpy Cat Limited

L'illustration 10 est un collage entre le premier mème de Grumpy Cat devenu viral (selon le site) et l'un des produits dérivés, qui s'en inspire. Le format du mème est transformé par le celui de l'objet : la dernière partie de la légende est rejetée au-dessus de Grumpy Cat, et

mise en exergue avec le passage au texte blanc sur fond rouge, qui renforce l'effet comique de la conclusion de la phrase. La photographie utilisée importe peu, tant qu'il s'agit de Grumpy Cat, enfermée dans une idiosyncrasie négative. Ces produits dérivés sont des réappropriations de memes exogènes (créés par des internautes) par les responsables de l'image de cette *cat-lebrity* : quoique nées sur internet, ces phrases sont monnayables, une fois intégrées aux produits dérivés.

Les créations endogènes (faites par les propriétaires ou responsables de l'image de la *cat-lebrity*) suivent également ce modèle discursif, et humanisent l'animal. L'exemple « Lil BUB's Big SHOW » (13 épisodes, depuis 2013)²⁹ est assez unique, mais révélateur.



Illustration 11 : Capture d'écran du Lil BUB's big SHOW (ep. 1, 0:59) © Lil BUB, Inc.

Cette série de vidéos sur *YouTube* a le même format qu'un *late-night show* à l'américaine. Le chat est ici mis en scène dans un anthropomorphisme complet, avec dialogues tenus grâce à des sous-titres rédigés en anglais standard (synchronisés avec des miaulements et soupirs poussés par le chat), auxquels un public réagit dans la salle, avec rires et réactions enregistrées. De même, Grumpy Cat a été l'héroïne d'un film télévisé, *Grumpy Cat's Worst Christmas Ever* (2014), où elle était doublée par l'actrice Aubrey Plaza. Ces chats entrent ainsi dans la même dimension que les chats fictionnels, qui n'ont pas de différence linguistique notable avec les humains. Les exploitations filmiques sont toujours fortement orientées, soit vers la préservation du caractère animal, soit vers l'anthropomorphisme achevé, qu'il s'agisse de mises en scènes de *cat-lebrities* ou d'anonymes.

²⁹ Produit par Mike Bridavsky (le propriétaire de Lil Bub) et Mark Pallman.

Conclusion

Le *lolcat* occupe une place à part, et est fondateur des mèmes sur internet, notamment les images macro à légende [Shifman 110-111]. Les comportements ambigus des chats permettent aux créateurs de *lolcats* d'interpréter leurs attitudes comme des conduites humaines. La politisation de l'image du *lolcat*, devenu emblème de la culture internet, explique les nombreuses extensions au concept initial de l'animal de compagnie utilisé dans des images humoristiques.

Il existe un décrochement linguistique des rédacteurs de légendes de *lolcats*, qui composent souvent avec leurs propres photographies d'animaux. Ils parlent aux chats et conçoivent donc le *lolspeak* comme la façon dont ils communiquent avec eux. La discursivité est au centre de la notion de *lolcat*, et l'anthropomorphisme presque est indispensable au type d'humour convoqué par ces images. Le *lolspeak* est cependant sur le déclin, et ne reste usité que par une petite minorité de rédacteurs, qui sont certainement ceux qui l'utilisaient auparavant. La connaissance de ce lecte n'est donc pas disqualifiante pour créer des publications sur les sites de curation comme ICHC.

Quand le chat a trop de personnalité par lui-même, que ce soit grâce à des comportements ou un physique hors du commun, il sort de la discursivité que l'on applique normalement à un *lolcat*. La fondation de sa célébrité prend le dessus, avec les codes attendus des relations publiques des personnalités (mises en avant par des documentaires, émissions, produits dérivés...). Les contributions à la popularité viennent minoritairement des internautes, étant donné que peu de *cat-lebrities* sont utilisées dans des images macro, mais c'est bel et bien le public habitué aux *lolcats* qui évalue et partage les publications de certains animaux, les rendant ainsi célèbres.

Bibliographie :

- BARTHES, Roland. *Rhétorique de l'image*. Seuil, 1964.
BOGDAN, Robert. *Freak show: Presenting human oddities for amusement and profit*. University of Chicago Press, 2014.
CRYSTAL, David. *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
DE LOS SANTOS, Eduarda Abrahão « Lolcats and Lolspeak: the Importance of the Internet Culture for English Professionals », *Brazilian*

- English Language Teaching Journal* vol. 3, n ° 1, Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2012.
- DOBROVOLSKY, Michael « Animal Communication » *Contemporary Linguistic Analysis : an Introduction* (8th edition). William O'Grady & John Archibald. Toronto : Pearson Canada Inc, 2015. Consulté le 20 décembre 2015
<<http://catalogue.pearsoned.ca/bookseller/product/Companion-Website-without-Pearson-eText-for-Contemporary-Linguistic-Analysis-An-Introduction-8E/9780134086606.page>>
- GILES, David, et John Maltby. "Praying at the altar of the stars." *Psychologist* 19, no. 2 :82, 2006.
- GOUDET, Laura Gabrielle. « Typologie des Usages Langagiers à Partir de Trois Communautés Virtuelles. » In *Actes du Colloque des Doctorants de l'École Doctorale ERASME à l'Occasion du 40ème Anniversaire de Paris 13 — Nord*, 2012.
- Grumpy Cat's Worst Christmas Ever*. Dir. Hill, Tim. Lifetime, 2014
- GRUMPY CAT. *Grumpy Cat: a Grumpy Book*. Chronicle Books, 2013.
- HARLEY, Trevor. *Talking the Talk: Language, Psychology and Science*. New York, NY : Psychology Press, 2010.
- LEFLER, Jordan. « I Can Has Thesis? A Linguistic Analysis of Lolspeak. » Mémoire de master. Louisiana State University, 2011. Consulté le 3 décembre 2015 <<http://etd.lsu.edu/docs/available/etd-11112011-100404/>>.
- LIBERMAN, Mark. « Kitty pidgin and asymmetrical tail-wags » *Language Log*. 25 avril 2007. Consulté le 25 novembre 2015 <<http://itre.cis.upenn.edu/~myl/languagelog/archives/004442.html>>
- Lil Bub and Friends* [sic]. Dir Capper, Andy et Juliette Eisner. Vice Media, 2013. DVD.
- MILLER, Pat « Whisker whispers ». *Association of Animal Behavior Professionals*, 2000. Consulté le 24 novembre 2015 <<http://www.associationofanimalbehaviorprofessionals.com/whisker-whispers.html>>
- MILTNER, Ryan. « The world made meme: discourse and identity in participatory media ». Thèse de doctorat, Université du Kansas, 2012.
- NAKAGAWA, Eric et Kari Unebesami. *I Can Has Cheezburger? —Lolcats n Funny Pictures*. [sic], 2007. Consulté le 15 janvier 2016 <<http://icanhas.cheezburger.com/>>.

RUBIN, Alan, Elizabeth Perse et Robert Powell. « Loneliness, Parasocial Interaction, and Local Television News Viewing ». *Human Communication Research*, 12, 1, 155-80, 1986.

SHIFMAN, Limor. *Memes in Digital Culture*, MIT Press, 2014.

VAUGHAN, Jill et Lauren Gawne. « I can has language play: Construction of Language and Identity in LOLspeak », *Proceedings of the 42nd Australian Linguistic Society Conference* — M Ponsonnet, L Dao & M Bowler (eds) 2012. Consulté le 24 octobre 2015 <https://digitalcollections.anu.edu.au/bitstream/1885/9398/5/Gawne_ICanHaz2012.pdf>.

ZUCKERMAN, Ethan « The Cute Cat theory talk at ETech » *My heart's in Accra* 2008. Consulté le 18 décembre 2015 <<http://www.ethanzuckerman.com/blog/2008/03/08/the-cute-cat-theory-talk-at-etech/>>

Laura Gabrielle Gondet
Université de Rouen
ERLAC (EA 7338)